TV3.0 COMPRENDRE LES MUTATIONS DE L'AUDIOVISUEL

COMMENT FINANCER LES CONTENUS DE DEMAIN

ANNECY
14-15
NOVEMBRE
2013

OBJECTIFS

L'objectif de cette formation est de faire le point des évolutions de l'année écoulée dans le secteur de l'audiovisuel et des nouveaux supports et de réfléchir aux changements et transformations prévisibles dans les prochaines années, que ce soit sur le plan de la production et de la distribution des programmes, ainsi que dans le domaine des évolutions technologiques, des règlementations, des business models, des nouveaux supports de diffusion …

Cette année, la question centrale de TV3.0 est celle du financement des contenus de demain : financements publics et institutionnels, crowdfunding, brand content etc…

PUBLIC

Tous les professionnels de l'audiovisuel et des nouveaux médias, concernés par les évolutions de leur secteur et de leurs métiers.

PROGRAMME

CETTE FORMATION EST PERSONNALISABLE ET MODULABLE:

1H DE FORMATION > Avec un intervenant de renom qui interviendra sur la thématique du financement du secteur audiovisuel et des nouveaux médias selon son point de vue, son expérience et la vision qu'il/elle a de l'avenir.

UN PARCOURS PERSONNALISE DE 6 HEURES > Nous vous proposons de composer vous-même votre parcours de formation en choisissant trois modules parmi les 9 ateliers proposés chaque jour.

1ER JOUR 14 NOVEMBRE 2013

9H00-10H00

KEYNOTE «UNE VISION D'UN PRODUCTEUR ENTRE 2 RIVES» : ANTOINE ROBIN, DIRECTEUR GÉNÉRAL, HAVAS PRODUCTIONS

« Une vision d'un producteur entre 2 rives »
Antoine Robin présentera son travail de producteur lié à un environnement publicitaire et au monde des marques. Ces deux mondes sont-ils compatibles ? Les marques ouvrent-elles de nouveaux modes de financement aux producteurs?

10H00-10H30

PAUSE CAFÉ

10H30-18H30 | **PARCOURS PERSONNALISÉ DE 6 HEURES** | À composer en choisissant trois modules parmi ceux proposés ci-dessous

10H30 12H30

ATELIER 1

MODÈLE D'UNE CHAÎNE RÉUSSIE SUR LE WEB : STUDIO BAGEL

Entièrement consacré à l'humour, Studio Bagel propose des contenus originaux spécialement produits pour le net. La chaine à la croissance record a dépassé les 800 000 abonnés et les 60 millions de vues. Elle offre également un espace intéressant aux annonceurs, à l'image d'Orangina par exemple.

LORENZO BENEDETTI, Président
THE SOCIAL COMPANY / STUDIO BAGEL

ATELIER 2

CROWDFUNDING ET MICRO-PAIEMENT

Une source de financement participatif original grâce à la plate-forme Touscoprod : Nicolas Bailly explique le mode d'emploi de cette plate-forme, les outils mis en place, les sommes levées et le taux de réussite.

NICOLAS BAILLY, CEO
TOUSCOPROD

ATELIER 3

MESURE DE L'AUDIENCE POUR LES NOUVEAUX CONTENUS

Comment promouvoir la série la plus piratée dans le monde, deux ans après sa sortie aux USA ? Comment prolonger l'univers d'une série culte qui vient de s'arrêter ? Comment lancer une chaîne Youtube sans aucun contenu Youtube ? etc .. Pour répondre à ces questions, Wale Gbadamosi Oyekanmi de Darewin présentera des scenarii ayant permis l'accroissement de l'audience au sens large des contenus et des supports de distribution alors qu'Alexandre Callay de Médiamétrie présentera un état des lieux des outils du marché permettant de quantifier ces succès.

WALE GBADAMOSI OYEKANMI, CEO **DAREWIN**
Et **ALEXANDRE CALLAY**, Directeur
EURODATA TV WORLDWIDE / MÉDIAMETRIE

12H30-14H00	**DÉJEUNER**		
14H00 16H00	**ATELIER 4**	**ATELIER 5**	**ATELIER 6**
	COMMENT FINANCER LES CONTENUS DU SECOND ÉCRAN Le groupe Canal+, leader de la pay-tv en France et en Europe, a su démontrer depuis plusieurs années sa maîtrise de l'univers digital. Les principaux objectifs de la chaîne à l'ère numérique sont : l'enrichissement de l'expérience TV avec une programmation et des services autour de Canal +, une amélioration de l'engagement afin d'accroître le partage et l'implication des fans. **FABIENNE FOURQUET,** Directrice des nouveaux Contenus**, CANAL+**	**FINANCEMENTS PUBLICS FRANÇAIS ET EUROPÉENS** Tout ce qu'il faut savoir sur les financements publics et institutionnels nationaux, régionaux et européens. **PAULINE AUGRAIN,** Chargée de mission**, CNC ET NATHALIE CHESNEL,** Directrice générale**, MEDIA DESK FRANCE**	**DAILYMOTION, LES ÉDITEURS ET SES STUDIOS** Dailymotion, qui a 118 millions de visiteurs uniques par mois, propose essentiellement du contenu gratuit. Il développe cependant des offres payantes depuis 2012, avec des partenaires comme Warner avec qui un accord a été conclu. **ANTOINE NAZARET,** Directeur des Contenus **DAILYMOTION**
16H00-16H30	**PAUSE CAFÉ**		
16H30 18H30	**ATELIER 7**	**ATELIER 8**	**ATELIER 9**
	MODÈLE D'UNE CHAÎNE RÉUSSIE SUR LE WEB : GOLDEN MOUSTACHE Golden Moustache : une chaine entièrement dédiée à l'humour, avec des vidéos vues par des centaines de milliers de fans. Qui n'a pas vu la vidéo Vodaphone ? Les raisons de ce succès et sa place sur le marché audiovisuel. **ADRIEN LABASTIRE,** Directeur Général Adjoint**, GOLDEN MOUSTACHE**	**FINANCEMENT PAR LES MARQUES ET LE BRAND CONTENT** Le rôle des marques dans le financement de nouveaux contenus, les relations souvent décriées entre pub et audiovisuel, avec des études de cas très concrètes. **CLAIRE LEPROUST,** Directrice associée, productrice transmedia et numérique**, CAPA, ET OLIVIER MISSIR** CEO **BRANDCASTERZ**	**LE CAS DES CHAÎNES YOUTUBE** Youtube compte plus de 22 millions de visites par mois en France. Quelle stratégie Youtube développe t-il en terme de partenariats ? Quelle politique d'accompagnement et de soutien de ses partenaires locaux Youtube met-il en place pour les aider à enrichir et structurer leurs contenus sur la plateforme ? **VIRGINIE COURTIEU,** Directrice des partenariats**, YOUTUBE FRANCE**
18H30 19H30	**KEYNOTE SPEECH : CARLOS DIAZ, CEO, KWARTER** **PORTRAIT DE KWARTER,** une nouvelle start-up de social TV créée à San Francisco en 2011 par Carlos Diaz ; elle développe une technologie permettant d'interagir avec un programme TV, sur la base d'un gaming qui ajoute du contenu additionnel au programme et favorise l'engagement d'une nouvelle audience, moins passive devant son écran. Explications et mode d'emploi.		

À PARTIR DE 20H30 SOIRÉE DÎNATOIRE

2EME JOUR 15 NOVEMBRE 2013

8H30-17H15	**PARCOURS PERSONNALISE DE 6 HEURES**
8H30-10H30	**CHOIX DU PREMIER MODULE ENTRE LES MODULES 1 À 3 DU PREMIER JOUR**
10H45-12H45	**CHOIX DU DEUXIÈME MODULE ENTRE LES MODULES 4 À 6 DU PREMIER JOUR**
12H45-14H00	**DÉJEUNER**
14H00 15H00	**KEYNOTE SPEECH : JUSTINE RYST, DIRECTRICE DES PARTENARIATS MÉDIAS, TWITTER FRANCE** **« TWITTER ET LES CONTENUS AUDIOVISUELS »** Comment Twitter développe ses partenariats en terme de contenus avec les médias français.
15H15-17H15	**CHOIX DU TROISIÈME MODULE ENTRE LES MODULES 7 À 9 DU PREMIER JOUR**

CLÔTURE À 17H15

BIOGRAPHIES DES INTERVENANTS

PAULINE AUGRAIN

Diplômée de Sciences Po Paris, et après des premières expériences dans la production audiovisuelle de documentaires ainsi que dans la vidéo à la demande, Pauline Augrain rejoint le CNC en 2008 au poste de chargée de mission pour accompagner la mise en place du fonds d'aide aux projets pour les nouveaux médias. Depuis sa création, ce fonds a permis de soutenir près de 450 projets transmédia ou web native, intégrant les spécificités des nouveaux écrans connectés dans leur démarche artistique. Depuis 2011, cette aide sélective s'articule avec un mécanisme de soutien automatique aux projets web, dit « web COSIP », qui permet d'étendre l'action du CNC en faveur de la création pour les nouveaux médias.

NICOLAS BAILLY

Gérant de touscoprod, Nicolas Bailly a développé l'idée du crowdfunding dédié à l'audiovisuel dès 2008. Il démarre sa carrière à Paris, après y avoir effectué des études de commerce, en intégrant TVRS 98, radiodiffuseur hôte de la Coupe du Monde 98. Puis direction la Picardie où il crée Cirano, une société de courtage d'assurance et de service automobile qui devient un des acteurs majeurs du marché français. En 2006, il diversifie ses activités dans la production et en tant que producteur associé à « Sous les bombes », long métrage de Philippe Aractingi en 2008 et « Banja », série d'animation d'Eric Berthier en 2006. C'est à cette époque que germe l'idée de touscoprod pour aboutir au lancement du site le 20 janvier 2009. En parallèle, il intervient en tant que chargé de cours sur le financement participatif appliqué au cinéma et à l'audiovisuel à la Sorbonne 3 (UFR Arts & Médias). Depuis 2011, il exerce également le mandat de Président du Zénith d'Amiens (SEM ZAM). Touscoprod – 1er site de crowdfunding pour les films – a déjà récolté plus de 2,3 millions d'euros pour près de 200 films, dont 6 sélections au Festival de Cannes, 2 nominés aux Oscars, 1 Ours d'Or à Berlin… des succès d'estime qui récompensent un catalogue de films qui n'auraient pas vu le jour sans le soutien communautaire proposé par touscoprod.

LORENZO BENEDETTI

Est titulaire d'une Maîtrise de droit des affaires de l'université de Paris II, diplômé de Sciences-Po Paris et du DESS de Droit et Administration de la Communication Audiovisuelle de Paris I. Entre 2004 et 2006, il est Chargé de mission au sein de la Direction des Programmes de France 5. Il décide de rejoindre en mars 2006 les équipes de développement de la société de Nagui, Air Productions, en tant que Chef de projet et responsable du développement. Après un an et demi chez Air Productions, la direction de Telfrance lui propose de participer au lancement du nouveau label de divertissement de Prod 360. Il en devient donc Directeur Adjoint auprès de Valérie Médioni, Directrice Générale. En 2010, il est promu Directeur Général de Prod 360 après le départ de Valérie Médioni, poste qu'il occupe jusqu'en décembre 2011. En janvier 2012, il crée The Social Company, une société de production spécialisée dans la production de contenus à destination du digital.
Il est parallèlement responsable des flux de la société de production Black Dynamite Prod (Producteur exécutif de Grand Public - France 2). En novembre 2012, il crée le Studio Bagel, chaîne de contenu original Youtube. Studio Bagel vient de passer le cap des 850.000 abonnés. La chaîne comptabilise plus de 70 millions de vidéos vues et enregistre une croissance record avec en moyenne de plus de 5000 abonnés en plus chaque jour. A son actif des vidéos qui rassemblent les humoristes du web : La Ferme Jérôme, Mister V, Maxime Musqua, Bengui, Gael Mectoob, Kevin Razy, Natoo, Ludovik, Kemar, Mady.

ALEXANDRE CALLAY

Alexandre Callay est Directeur d'Eurodata TV Worldwide depuis 7 ans et Directeur Grands Comptes de Médiamétrie depuis 2013. Son expérience au sein des entreprises d'études de marché au niveau international, dans le domaine du développement et de la gestion, lui permet d'avoir une vision globale sur les différents marchés de la télévision. Son expertise permet aux sociétés audiovisuelles ainsi qu'aux producteurs et distributeurs de bénéficier de solutions sur mesure afin de positionner leurs marques et d'optimiser la stratégie de leurs programmes audiovisuels.

NATHALIE CHESNEL

Juriste de formation, Nathalie Chesnel dirige le bureau d'information du programme MEDIA depuis 2007. Elle a débuté sa carrière au Ministère de la Culture en Belgique comme expert audiovisuel. Puis elle a travaillé à l'élaboration de la politique audiovisuelle européenne au seln de la Commission européenne. Elle a rejoint ensuite la Direction stratégie du groupe Canal+ pendant 8 ans. Après s'être formée aux approches managériales, elle a mis son expérience au service du Cabinet conseil MCG spécialisé dans les télécommunications et médias.

VIRGINIE COURTIEU

Virginie Courtieu est Directrice des partenariats de YouTube pour la France depuis décembre 2011. Avant de rejoindre YouTube, Virginie Courtieu occupait depuis 2007 le poste de Directrice des programmes et du marketing contenus chez CANALSAT. Entrée dans le groupe CANAL+ en 1998 comme Responsable de la publicité pour CanalSat, elle a ensuite pris en charge la publicité de Canal+ avant d'occuper les postes successifs de Directrice adjointe du marketing stratégique au sein du pôle Edition du groupe Canal+ puis de Directrice générale adjointe de CuisineTV. Virginie Courtieu est diplômée d'HEC Paris.

CARLOS DIAZ

Serial Entrepreneur, Carlos crée le groupe Reflect Web Agency en 1996 à Limoges (vendu à Emakina) puis l'éditeur de logiciel blueKiwi Software à Paris en 2006 (vendu à Atos) et dernièrement Kwarter à San Francisco fin 2011. Aujourd'hui CEO et co-fondateur de Kwarter, solution de télévision interactive basée à San Francisco, Carlos Diaz compte parmi les principaux entrepreneurs français du digital. En 15 ans, Carlos a créé avec succès pas moins de 3 start-ups qu'il a su mener à chaque fois à une position de leader sur leurs marchés respectifs. A 23 ans, Carlos crée groupe Reflect qui deviendra en 10 ans une des principales agences digitales françaises. Après l'acquisition de Reflect par Emakina group en 2006, il crée l'éditeur de logiciel blueKiwi qui en quelques années deviendra leader européen des réseaux sociaux en Entreprise. blueKiwi sera vendu au groupe ATOS en 2012. Aujourd'hui installé avec sa famille au coeur de la Silicon Valley, Carlos révolutionne l'expérience télévisuelle traditionnelle pour la rendre ENFIN interactive.

FABIENNE FOURQUET

Fabienne Fourquet est directrice des Nouveaux Contenus chez Canal+, depuis juillet 2011. Diplômée de l'ESSEC en 1999, Fabienne Fourquet a commencé sa carrière aux Etats-Unis. A partir de 2000, elle a occupé différents postes de marketing à New York et Singapour pour A&E TELEVISION NETWORKS, filiale de ABC, Hearst & NBC notamment dans le domaine du digital, avant d'être nommée directeur international des Nouveaux Médias. Elle intègre le Groupe CANAL+ en 2010 comme Senior Manager web tv chez CANAL+ OVERSEAS avant de rejoindre la Direction de l'Expérience CANAL+.

WALE GBADAMOSI-OYEKANMI

Après avoir fait ses premières armes chez TF6 et ENDEMOL, Wale Gbadamosi-Oyekanmi rejoint en 2005 les équipes de Christophe Dechavanne. Il y crée et adapte de nouveaux programmes pour la télévision (TF1, M6, France Télévisions) puis pour le web (Canalstreet.tv). Fin 2011, il fonde DAREWIN, la 1ère agence de social TV en France. Son travail : créer des dispositifs web, mobile ou social media inédits qui enrichissent les contenus d'une véritable expérience digitale. Cette agence travaille pour de prestigieux clients tels que FRANCE TELEVISIONS (Fort Boyard), CANAL+ (Le Grand Journal, bref.), ARTE (Ainsi Soient Ils), NT1 (Walking Dead) mais aussi la chaîne Youtube Studio Bagel et le Montreux Comedy Festival.

ADRIEN LABASTIRE

Adrien Labastire est fondateur et Directeur Général Adjoint de Golden Moustache, la nouvelle plateforme web de comédie du groupe M6. Son parcours compte notamment des responsabilités dans les programmes chez M6 (conseilleur de programme flux et fiction) et en Business Développement chez NBC Universal International à Londres (lancement des offres SVOD, M&A pour le développement de la production internationale TV, distribution des chaines et contenus Universal). Il est diplômé de Sciences Po Paris et du MBA de l'INSEAD.

CLAIRE LEPROUST

Titulaire d'une maitrise de Droit des Affaires de l'Université Paris IV et diplômée de l'Institut d'Etudes Politiques de Paris, Claire Leproust débute sa carrière à la Caisse des Dépôts en tant que responsable des programmes de Com-Dev. En 1993, elle rejoint Canalsat comme Directrice adjointe des programmes et télévision interactive, pendant 7 ans, avant de devenir Directrice marketing et programmes chez SFR. Elle fonde ensuite TV For Mobile en 2003, société de business développement entre opérateurs mobiles et producteurs de contenus, puis elle est Directrice Associée Marketing et Contenus chez eYeka. Depuis 2008, Claire Leproust est Directrice associée du groupe CAPA, en charge des développements numériques.

OLIVIER MISSIR

Après des études à l'Ecole Supérieure de Design ESDI puis de Marketing et Communication à l'Ecole de commerce IFV et à l'Université de Stirling en Ecosse, Olivier Missir débute sa carrière à ABC International, en tant que Directeur Marketing Communication. En 1999, il fonde DLM / IDsign et en reste le Directeur Marketing Communication pendant 4 ans. Après être passé par Trade Connection, Olivier Missir devient consultant nouveaux média. En 2005, il rejoint le Groupe Morgane Production en tant que Responsable Nouveaux Média / Nouveaux services, pour ensuite devenir consultant et fonder First Live Communication, où il est à la tête des nouveaux média et nouveaux services. Il rejoint ensuite le Groupe Marathon, comme Vice Président du Digital, avant de fonder Brandcasterz en 2009. Olivier Missir dirige aujourd'hui la société Brandcasterz, agence de marketing de contenu spécialisée dans la conception, la production et la promotion d'opérations transmédia.

ANTOINE NAZARET

Collaborateur de l'émission France Europe Express pendant 4 ans, Antoine Nazaret intègre ensuite le cabinet de François Bayrou, en charge des questions liées à la vidéo et responsable des sites Internet entre 2006 et 2008. Après les municipales de 2008, il rejoint Dailymotion en tant que responsable des partenariats et des contenus liés à l'actualité et à la politique, fonction étendue aux sports depuis 2009 puis il devient Directeur des Contenus en décembre 2012.

ANTOINE ROBIN

Diplômé de l'école de journalisme de Marseille, Antoine Robin a été grand reporter et commentateur sportif pour M6 et Canal+. Il est réputé pour plusieurs films marquants dont : « BOPE : la guerre de la police contre les gangs à Rio», « Le scandale de Mahomet » ou « La façon dont Steve Jobs a changé le monde ». En 2005, il participe à C.U.L.T. (C'est Unique à La Télé), première émission interactive en direct sur France 5 et sur le web. Cette émission a obtenu le prix du meilleur programme interactif aux INTERNATIONAL INTERACTIVE EMMY AWARDS en 2006. En 2007, il rejoint HAVAS, 6ème groupe de communication dans le monde dirigé par Yannick Bolloré, en tant que rédacteur en chef pour l'agence de presse Upside Télévision. En octobre 2009, Antoine Robin est nommé Directeur Général de Havas Productions, nouvelle agence de production audiovisuelle du groupe qui contient 5 entités : une agence de contenus audiovisuels pour les marques (Havas Prod For Brands et BETC Content), une agence d'advertainment (CAKE Paris), une agence de presse (Upside Télévision), une société de distribution (Upside Distribution), et une société de production de fictions (Save Ferris). Antoine Robin explore de nouveaux territoires dans la communication des marques, en produisant du contenu éditorial lié aux marques. Consacré par ses pairs, il a été désigné président du jury du premier Grand Prix du Brand Content organisé par Stratégies en 2012.

JUSTINE RYST

Justine dirige les partenariats de Twitter en France, dans le but de mettre en lien les acteurs des mondes politique, sportif, divertissement et musique, et leurs audiences. Avant de rejoindre le groupe en 2013, Justine occupait précédemment le poste de directrice du Digital et de la Diversification au sein d'Endemol France. Son rôle consistait à développer les déclinaisons digitales des formats TV ainsi que les productions originales pour les nouveaux médias. Elle a démarré sa carrière professionnelle au sein de Netsize, filiale du groupe Gemalto, puis K-Mobile, en tant que commerciale en charge des médias. Justine est diplômée de l'École supérieure de commerce de Reims, ainsi que de l'Université de Belgrano, Buenos Aires. Son compte twitter : @justineryst.